

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha genteng Hasil Karya sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan usaha genteng Hasil Karya yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Strategi bauran produk yang diterapkan yaitu menawarkan produk dengan jenis yang beragam, memperhatikan kualitas produk serta memberikan pelayanan terkait produk. Strategi bauran harga yang diterapkan yaitu dengan menetapkan harga yang didasarkan pada biaya produksi, harga pesaing, harga geografis serta potongan harga. Strategi bauran tempat yang diterapkan yaitu lokasi pemasaran strategi serta melalui saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Strategi bauran promosi yang diterapkan yaitu melalui mulut ke mulut serta memanfaatkan media sosial.
2. Terdapat faktor-faktor yang menjadi penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya. Faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu faktor produksi, faktor pesaing, serta faktor harga. Faktor produksi disebabkan oleh musim

penghujan, faktor pesaing disebabkan oleh banyaknya usaha serupa, faktor harga disebabkan oleh harga yang naik turun. Faktor pendukung yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu faktor pelanggan, faktor pemasok, faktor produk, faktor lokasi (tempat) serta faktor promosi. Faktor pelanggan yaitu banyaknya pembeli tetap, faktor pemasok yaitu kerja sama dengan pengusaha lain, faktor produk yaitu jenis produk yang beragam, faktor tempat yaitu lokasi yang strategis serta faktor promosi yaitu memanfaatkan media online dan komunikasi mulut ke mulut antar pelanggan.

B. Saran

1. Bagi usaha genteng Hasil Karya

Usaha genteng Hasil Karya diharapkan untuk tetap mempertahankan strategi pemasaran yang sudah diterapkan. Usaha genteng Hasil Karya diharapkan juga lebih memperhatikan faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran yang telah diketahui agar strategi pemasaran di masa mendatang bisa lebih maksimal. Selain itu, dengan diketahuinya faktor penghambat tersebut diharapkan dapat memudahkan usaha genteng Hasil Karya terkait proses pemasaran agar volume penjualan meningkat.

2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini semoga dapat dijadikan referensi dan menambah sumber bacaan perpustakaan sebagai bahan acuan terkait dengan strategi pemasaran.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dijadikan rujukan maupun kajian lanjutan terhadap penelitian selanjutnya terkait dengan permasalahan yang serupa sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian penulis.